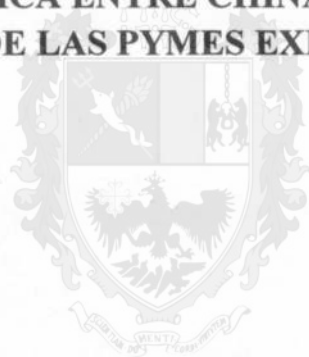


TESIS  
3862

UNIVERSIDAD DEL SALVADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
MAESTRÍA EN COMERCIO INTERNACIONAL

**RELACIÓN ECONÓMICA ENTRE CHINA Y ARGENTINA:  
PARTICIPACIÓN DE LAS PYMES EXPORTADORAS**



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

Tutor: Sergio Cesarín

Alumno: Carlos Espíndola G.

carlospindolag@hotmail.com

05 de Diciembre del 2008

## Índice

Introducción .....	2
Objetivos del trabajo .....	3
Capítulo I: Estructura social y económica de China.....	7
1.1 Características Generales.....	7
1.2 División Político-Administrativa.....	10
1.3 Aspectos Económicos .....	13
El resurgir económico .....	14
El inicio de las reformas .....	16
1.4 Las posibles restricciones .....	20
1.5 Expectativas futuras de la economía china .....	23
Capítulo II: China en el comercio internacional .....	25
2.1 China en el mundo .....	25
2.2 Balanza comercial .....	28
2.3 Composición y destino de las exportaciones .....	29
2.4 Composición y origen de las importaciones .....	31
2.6 Acuerdos comerciales preferenciales y expansión del comercio en la estrategia comercial externa china .....	34
Capítulo III: Comercio exterior argentino .....	36
3.1 Evolución de la economía argentina .....	36
3.2 Balanza comercial .....	38
3.3 Composición y destino de las exportaciones .....	41
3.4 Composición y origen de las importaciones .....	45
Capítulo IV: Relación comercial entre la Argentina y China .....	49
4.1 Comercio bilateral.....	49
4.2 Principales productos exportados a China .....	53
4.3 Productos importados desde China.....	57
4.4 Oportunidades y amenazas comerciales .....	60
Capítulo V: Desarrollo de las Pymes y comercio con China.....	65
5.1 Importancia de las Pymes .....	65
5.2 Encadenamientos y complejos productivos.....	69
5.3 Ventajas competitivas frente a las grandes empresas .....	72
5.4 Exportaciones Pymes por regiones y rubros.....	74
5.5 Participación de las Pymes en las exportaciones .....	77
Capítulo VI: Las Pymes en el comercio con China .....	85
6.1 Las Pymes en el comercio con China .....	85
6.2 Potencial exportador PyME a China.....	86
Conclusiones .....	90
Anexo.....	97

## Introducción

China está actualmente ubicada como la cuarta economía a nivel mundial, por detrás de Estados Unidos, Japón y Alemania. En los últimos años experimentó un crecimiento del PIB cercano al 9% anual y la apertura comercial permitió un incremento importante tanto de sus exportaciones como de sus importaciones. China es el mercado mundial con mayor potencial de crecimiento, situación que en general es entendida como una oportunidad y no como una amenaza.

En este sentido, un país cuya población alcanza los 1.300 millones de habitantes y produce una parte importante de la economía global, y que además muestra las mayores tasas de crecimiento del comercio de las últimas dos décadas, aparece como un destino inexorable para un país que necesita incrementar sustantivamente su inserción exportadora.

China ofrece un mercado promisorio para los productos argentinos, tanto por el tamaño y el dinamismo de su economía, como por la complementariedad entre su demanda de importaciones y la oferta exportable argentina. A pesar de tratarse de un país plenamente integrado al circuito comercial internacional, el intercambio comercial de Argentina con China está claramente sub explotado, con lo cual, surge una posibilidad de inserción de las empresas argentinas en el mercado chino.

Por su parte, la Argentina luego de la crisis de 2001 ha cambiado su política económica basándose principalmente en un tipo de cambio competitivo. Como consecuencia de esto el sector exportador, se vio fuertemente alentado y las exportaciones tuvieron una mejora significativa.

Dentro de este contexto, el objetivo del presente trabajo de investigación consiste en el estudio de la situación actual de las relaciones comerciales entre Argentina y China, analizando la participación de las Pymes y el impacto sobre las mismas. La hipótesis de la tesis consiste en que, a pesar de la alta concentración de las exportaciones argentinas en productos primarios y MOA, existe un amplio universo de pequeñas y medianas empresas

exportadoras (PyMEX) que aportan mayor valor agregado de manera directa o indirecta (asociados a firmas y/o ETN'S) a las ventas externas argentinas con destino al mercado chino.

La metodología aplicada consiste en la elaboración de un trabajo descriptivo, analítico y explicativo sobre la relación económica entre China y la Argentina, y la participación de las Pymes exportadoras, que sugiere un diseño de investigación sobre la base de lecturas de la literatura existente, informes y análisis estadísticos.

### **Objetivos del trabajo**

A partir del objetivo principal se desprenden una serie de objetivos secundarios que permitirán responder a los siguientes interrogantes:

- ¿Cuáles son las condiciones actualmente imperantes en la economía mundial, y específicamente en la economía china?
- ¿Bajo qué contexto socio-económico se desarrolló esta economía?
- ¿Cuál es la situación competitiva de las Pymes argentinas, y su posicionamiento en el plano exportador?
- ¿Cuál es el estado actual de integración comercial entre Argentina y China?
- ¿De qué herramientas e instrumentos disponen las Pymes para su desarrollo exportador?
- ¿Cuáles son las políticas y reformas que el gobierno argentino debería impulsar para sustentar el intercambio comercial del sector Pyme con China?

Con el objeto de responder preguntas, el trabajo de investigación está dividido en varios capítulos. En el primer capítulo, se describirá las características generales de China, analizando tanto los aspectos sociales como económicos del país asiático. Luego, en el segundo capítulo, se estudiará la evolución del comercio internacional chino, y como éste país fue ganando espacio en la economía mundial. Asimismo, se presentarán datos que muestran la estructura exportadora e importadora de China. Para ello se recurre a fuentes

bibliográficas y estadísticas elaborado por el del Centro de Economía Internacional, Ministerio de Relaciones Exteriores y de Culto, el Fondo Monetaria Internacional (FMI), las Naciones Unidas (UN), en particular la UNCTAD para la IED.

En el tercer capítulo, se describe la evolución y características del comercio exterior argentino con el objetivo de identificar la composición de las exportaciones, los principales destinos, así como también, lo referente a las importaciones. En el mismo capítulo, se dará una explicación sobre la importancia de las Pymes para la economía argentina y como evolucionaron estas empresas en el tiempo, clasificando tanto las regiones (economías regionales) donde se ubican como los productos que comercializan. Las principales fuentes que se utilizan para el desarrollo de éste capítulo son informes y estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INDEC), el Centro de Estudios para la Producción (CEP), el Observatorio Pyme de la Comercialización de Exportación de la República Argentina y la Fundación Exportar.

En el último capítulo, se analizará las relaciones comerciales entre la Argentina y China, teniendo en cuenta la balanza comercial bilateral, las exportaciones e importaciones, y el grado de intensidad comercial y de complementariedad por rubros de productos. Finalmente se expondrán las conclusiones del trabajo.

A fines de explicar la inserción China en la economía mundial aplico los enfoques conceptuales de autores estadounidenses, europeos y chinos. La descripción del proceso de apertura china puede ser analizada a la luz de la Teoría de las ventajas comparativas la cual postula que el comercio genera beneficios cuando las economías de dos países son diferentes y uno tiene una ventaja comparativa en la producción de un bien y la otra tiene una ventaja comparativa en la producción de otro.

El país 1 tiene una ventaja comparativa frente al 2 en la producción de un bien si el costo de producirlo, en relación con el costo de producir otros, es menor en 1 que el costo de producirlo en 2 en relación con el costo de producir otros en 2. La ventaja comparativa no es lo mismo que la ventaja absoluta. Un país tiene una ventaja absoluta en la producción de un bien si su costo es menor que en otro. En cambio una ventaja comparativa implica que el costo de un país, en relación con los costo de otros bienes que

produce, es menor que el de otro país. Cuando los países tienen una ventaja comparativa, mejora su bienestar produciendo lo que hacen mejor y comprando el resto. La ventaja competitiva de cada país determina lo que ocurre cuando comercian los dos países. El resultado depende del precio de cada bien en relación con el otro cuando comercian<sup>1</sup>.

En el caso de China, las ventajas comparativas iniciales han estado basadas esencialmente en el bajo costo de la mano de obra, y la apertura de Zonas Económicas Especiales (ZEE) para aprovechar economías “de enclave” con facilidades en infraestructura.

Sin embargo, a partir de los noventa la competitividad adquirida refiere a un marco general de políticas que incluyen promoción de exportaciones, aumento de importaciones, liberalización económica, ventajas adicionales para la localización de IED, entre otras. En este contexto, es aplicable la Teoría de las ventajas competitivas porque ayuda a entender la “situación competitiva” productos y servicios en el mercado.

De acuerdo al planteo de M. Porter, para crear una ventaja competitiva se debe planificar y aplicar una estrategia competitiva.<sup>2</sup> Las estrategias básicas según Porter<sup>3</sup> incluyen en primer lugar la estrategia del liderazgo de los costos; en segundo lugar, estrategias de diferenciación de productos, estrategias de especialistas ligados a la profesionalización en ventas y marketing, asimismo, estrategias orientadas a detectar y utilizar el liderazgo; considerar estrategias defensivas u ofensivas; así como la exploración y explotación de todas las facetas atinentes a gustos del consumidor y maximización de apoyos logísticos, y operativos que a lo largo de la cadena producción, elaboración, venta consigan aumentar la potencia de inserción en uno o varios mercados.

En tal sentido, bien vale el planteo de Porter para analizar cuáles pueden ser las ventajas que firmas argentinas, en particular PYMEx encuentren en un demandante, sofisticado y competitivo mercado como el chino. La concepción empresarial ligada a la concreción de negocios en mercados alejados, no tradicionales y con firmas de “baja escala” no es un

<sup>1</sup> Pindik, R y Rubinfel, D. Microeconomía 3 edición. Prentice Hall. Madrid. 1995

<sup>2</sup> Porter. Estrategia competitiva, ventaja competitiva y ventaja competitiva de las naciones. FCE. Buenos Aires. 1998

<sup>3</sup> Porter. Estrategia competitiva, ventaja competitiva y ventaja competitiva de las naciones. FCE. Buenos Aires. 1998

impedimento para proponer líneas de pensamiento y acción que permitan sortear las barreras y alcanzar un mercado como el chino. Para muchas firmas argentinas PyMEX, la primera escuela de exportación es la región, en la que adquieren conocimiento y experiencia para luego poder enfrentar mercados más lejanos y difíciles de penetrar.

A los fines de clarificar conceptos, destaco dos definiciones operacionales. En primer lugar, la variable “complementariedad económica”, entendida como la situación en la que algunos países combinan su especialización exportadora con la especialización importadora de otro. En el caso de la relación comercial entre la Argentina y China esta situación es verificable, debido que básicamente el comercio bilateral es de carácter interidustrial y complementario, basado mayormente en exportaciones argentinas de materias primas y MOA frente a importaciones chinas de MOI y bienes de media complejidad tecnológica.

En segundo lugar, es necesario definir qué se entiende por PyMEX. La definición dada por el Centro de Estudios para la Producción (CEP, 2007) considera como PyMEX a las medianas empresas con envíos que oscilan entre U\$S 400.000 a 3 millones de dólares, las empresas medianas-chicas, con exportaciones entre 100.000 a 400.000 dólares, y micro y pequeños, con una facturación externa entre 10.000 a 100.000 dólares.

USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR



# Capítulo I: Estructura social y económica de China

## 1.1 Características Generales

La población de China asciende a los de 1.300 millones de habitantes, conformándose como el país más poblado de la tierra. Con un incremento de unos 10 millones de habitantes anuales, se estima que en el 2043 China tendrá unos 1.550 millones de pobladores, y que la población se estancará en torno a esta cifra.

El país mantiene una distribución desequilibrada de la población, en el litoral oriental la densidad poblacional es superior a las 400 personas por  $\text{km}^2$ , mientras que en muchas regiones del oeste esta no llega a  $10 \text{ km}^2$ . La densidad media de la población es de 132 personas por  $\text{km}^2$ .

Existen regiones casi deshabitadas como el interior del país y las montañas del Tíbet, las mismas cuentan con menos de  $1 \text{ h/km}^2$ . A su vez existe muy poca población en los interfluvios más importantes, menos de  $25 \text{ h/km}^2$ . La mayoría de la población habita en los valles de los ríos principales Amur, Hoang-ho o Amarillo, Yan-tse-kiang o Azul y Si-kiang, y en donde el cultivo del arroz es intensivo, alcanzan los  $150 \text{ h/km}^2$ . Sin embargo, las mayores densidades de población se encuentran en la costa este y la región de Pekín, con más de  $400 \text{ h/km}^2$ .

Por su parte, algunas regiones, como el entorno del municipio de Shanghai, Macao (SAR), Nankín, Tianjin, Cantón (SAR), Hong Kong superan los  $1000 \text{ h/km}^2$ . En el interior, existen densidades poblacionales similares, sólo el territorio de Sichuan, una hoya en las colinas orientales del Tíbet, regada por el río Yan-tse-kiang y con una buena producción agrícola. En general, el valle del Yan-tse-kiang registra las densidades más altas del interior del país.

Con el objetivo de restringir el crecimiento poblacional, se ha adoptado una política de control y planificación familiar que limita a un hijo para las familias urbanas y dos para



las rurales a dos cuando el primero es niña. En las áreas rurales, los niños son considerados económicamente ventajosos, y esto tiene como consecuencia un alto índice de abortos femeninos en busca de asegurar que el segundo niño sea varón. Esto da como resultado una proporción entre sexos de 119 niños nacidos por 100 niñas, lo cual ha llevado a las autoridades a enfatizar la importancia de la mujer, y prohibir la utilización de métodos médicos para predecir el sexo del feto y penar severamente el aborto selectivo de niñas. El control de la planificación familiar por parte del estado chino ha recibido tanto críticas como aprobaciones por parte de los organismos internacionales. La ONU estima en alrededor de 200 millones la desviación demográfica a la baja producida debido a esta política, lo que ha posibilitado el despegue económico del país. Ante esta situación el Estado emprendió recientemente reformas en su política de planificación familiar suavizando el control de la natalidad e incentivando económicamente a las familias que tengan dos niñas.

Respecto a las etnias, China se juzga a sí misma como una nación multiétnica, con 56 grupos reconocidos. El 91% de la población pertenecen a la etnia han. Sin embargo, en una gran parte del territorio, en particular en el oeste, predominan otras etnias, de las cuales 18 tienen una población superior al millón de habitantes: zhuang, manchú, hui, miao, hakka, uigur, yi, tujia, mongola, tibetana, bouyei, dong, yao, coreana, bai, hani, li, kazaka, y dai; de ellas, la etnia zhuang es la mayor con una población de 18 millones de personas.

Otras quince minorías nacionales registran entre 100.000 a un millón de habitantes, ellas son: She, lisu, gelao, lahu, dongxiang, va, sui, naxi, qiang, tu, xibe, kirguiz, daur, y jingpo. Con menos de 100.000 habitantes se cuentan las siguientes: blang, maonan, tajik, pumi, achang, nu, ewenki, gin, jino, de'ang, uzbeki, rusa, yugur, bonan, monba, oroqen, derung, tártara, hezhen, gaoshan (sin incluir a los gaoshan de la provincia de Taiwán) y lhoba (la de menor entidad poblacional de acuerdo a los registros oficiales) con menos de 3.000 personas<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, "República Popular China. Un desafío y una oportunidad para el sector agroalimentario de la República Argentina. Herramientas para exportar", en: [www.cepal.org](http://www.cepal.org), 2004

Cabe destacar que aquellas provincias habitadas mayormente por "minorías nacionales" gozan constitucionalmente del status de Regiones Autónomas (Tibet, Xingjiang, Gansu, Ningxia, Mongolia Interior) que les confiere derechos relativos a la preservación de sus tradiciones dentro de la política nacional de preservación cultural. Asimismo, dada la baja representación que poseen sobre el total de la población (6-7%) las "minorías nacionales" no están sujetas al férreo control impuesto por la política de "planificación familiar" que impone un hijo por familia<sup>5</sup>.

Administrativamente, el país está dividido en 668 ciudades cuyos habitantes rondan los 390 millones (un 30% de la población total). Beijing, Shanghai, Chongqing y Tianjin son las ciudades más pobladas con más de 10 millones de habitantes. Además, las capitales de provincias, son también grandes ciudades con más de un millón de habitantes. Sin embargo, con excepción de las grandes ciudades, el resto de la red urbana está pobremente estructurada. Apenas existen ciudades medias, más allá de las capitales de las treinta provincias con que cuenta el país.

Cabe mencionar que desde fines de los ochenta se verifica un proceso de emigración del campo a la ciudad y empiezan a sentirse los primeros signos de superpoblación urbana. Para evitar esto, las autoridades chinas han comenzado a dotar las capitales y ciudades nuevas, con similares oportunidades que las grandes urbes. Estas ciudades medias tratan de canalizar y ordenar el mundo rural inmediato: proporcionando productos a los grandes centros urbanos.

En todas las ciudades se despliega un fuerte programa de desarrollo; lo que le obliga a drenar fuerza de trabajo y capitales del campo hacia las áreas urbanas. En definitiva, esta política beneficia un auténtico éxodo rural y desequilibrará, aún más, la distribución de la población en largo plazo.

Según datos del año 2007, un 38% de la población vive en ciudades y el resto en zonas rurales. El mundo rural, al cual pertenece la mayor parte de la población, está marcado por el impacto de la revolución socialista. En tan extenso país no es posible hablar de un

---

<sup>5</sup> Ibidem, op.cit.